VIII kadencja

KANCELARIA SEJMU
Biuro Komisji Sejmowych

PEŁNY ZAPIS PRZEBIEGU POSIEDZENIA

■ **Komisji Kultury i Środków Przekazu (nr 57)**

z dnia 23 marca 2017 r.

Pełny zapis przebiegu posiedzenia

Komisji Kultury i Środków Przekazu (nr 57)

23 marca 2017 r.

Komisja Kultury i Środków Przekazu, obradująca pod przewodnictwem posła **Piotra Babinetza (PiS)**, zastępcy przewodniczącej Komisji, zapoznała się z:

– informacją o sytuacji prasy w Polsce.

W posiedzeniu udział wzięli: **Paweł Lewandowski** podsekretarz stanu w Ministerstwie Kultury i Dziedzictwa Narodowego wraz ze współpracownikami, **Wiesław Podkański** prezes Izby Wydawców Prasy, **Maciej Hoffman** dyrektor generalny Izby Wydawców Prasy, **Konrad Siemaszko** prawnik z Obserwatorium Wolności Mediów w Polsce Helsińskiej Fundacji Praw Człowieka, **Arkadiusz Gruchot** prezes Wydawnictwa Nowiny, **Piotr Warchoł** przedstawiciel Naczelnej Rady Adwokackiej.

W posiedzeniu udział wzięli pracownicy Kancelarii Sejmu: **Joanna Góral**, **Eliza Kalita** – z sekretariatu Komisji w Biurze Komisji Sejmowych.

Przewodniczący poseł Piotr Babinetz (PiS):

Otwieram posiedzenie Komisji Kultury i Środków Przekazu, kolejne posiedzenie naszej Komisji. Na początek przywitam gości. Witam serdecznie pana ministra Pawła Lewandowskiego – podsekretarza stanu w Ministerstwie Kultury i Dziedzictwa Narodowego, pana Karola Kościńskiego – dyrektora Departamentu Własności Intelektualnej i Mediów w MKiDN. Witam również przedstawicieli Izby Wydawców Prasy: pana Wiesława Podkańskiego – pana prezesa i pana dyrektora Macieja Hoffmana. Witam też przedstawiciela Helsińskiej Fundacji Praw Człowieka – pana Konrada Siemaszkę, przedstawiciela Wydawnictwa Nowiny – pana Arkadiusza Gruchota i przedstawiciela Naczelnej Rady Adwokackiej – pana adwokata Piotra Warchoła.

W porządku dziennym dzisiejszego posiedzenia Komisji Kultury i Środków Przekazu mamy punkt: informacja o sytuacji prasy w Polsce. Jeśli nie usłyszę sprzeciwu, to uznam, że Komisja przyjmuje zaproponowany porządek dzienny dzisiejszych obrad. Sprzeciwu nie widzę, nie słyszę, więc przystępujemy do realizacji porządku dziennego.

Na początek proszę bardzo pana ministra Pawła Lewandowskiego o przedstawienie informacji o sytuacji prasy w Polsce. Proszę bardzo, panie ministrze.

Podsekretarz stanu w Ministerstwie Kultury i Dziedzictwa Narodowego Paweł Lewandowski:

Dziękuję. Panie przewodniczący, Wysoka Komisji. Rynek prasy w Polsce tak jak na całym świecie ulega szybkim i głębokim zmianom wynikającym z rozwoju technologicznego i powstawania nowego rodzaju usług w Internecie, a co za tym idzie ze zmian zachowań konsumentów – odbiorców treści. Przechodzenie prasy do świata cyfrowego to nie tylko pojawienie się elektronicznych wydań prasy oraz jej elektronicznych przeglądów. To przede wszystkim powstanie nowych podmiotów – różnego rodzaju portali internetowych, które rozpowszechniają treści własne oraz wytworzone przez prasę tradycyjną, a także podmiotów, które pełnią jedynie rolę agregatorów treści prasowych (np. Google News). Te zmiany rynkowe, które z perspektywy wydawców prasy oznaczają powstanie istotnej konkurencji w zapewnianiu dostępu do treści prasowych, wiążą się z koniecznością ponoszenia dodatkowych kosztów. Towarzyszą im niekorzystne dla wydawców prasy zmiany na rynku reklamy. Coraz większa grupa reklamodawców, kształtując swoje budżety reklamowe, przenosi istotną część tego rodzaju wydatków na podmioty rozpowszechniające reklamę internetową. Zauważalny jest więc – i jest to również trend światowy – znaczący i postępujący spadek wpływów reklamowych tradycyjnych wydawców prasy.

Szczegółowa analiza funkcjonowania rynku prasowego została opracowana przez Komisję Europejską w ramach prac nad dostosowaniem prawa autorskiego do realiów jednolitego rynku cyfrowego. Z danych przedstawionych przez Komisję w „Impact Assesment" do projektu dyrektywy w sprawie praw autorskich na jednolitym rynku cyfrowym wynika, że w ostatnich latach odnotowywany jest znaczący spadek sprzedaży prasy drukowanej – w latach 2010-2014 w ośmiu państwach członkowskich UE, w których przeprowadzono badanie, wyniósł on 17%. Towarzyszy mu wzrost liczby odbiorców prasy cyfrowej, dwukrotny w ostatnich pięciu latach. Wzrost ten nie rekompensuje jednak spadku sprzedaży wydań tradycyjnych – w latach 2010-2014 zyski ze sprzedaży prasy drukowanej spadły prawie 13,5 mld euro, natomiast zyski z tytułu dostępu do treści cyfrowych wzrosły tylko o niecałe 4 mld euro. Kurczenie się rynku prowadzi do zamykania redakcji lub zmniejszania zatrudnienia, co dotyka przede wszystkim mniejszych i regionalnych wydawców, ale wpływa także pośrednio na globalny wzrost poziomu bezrobocia i obniżenie wpływów podatkowych w poszczególnych państwach UE.

Podobny trend można zaobserwować na polskim rynku. Zgodnie z informacjami przedstawionymi przez Izbę Wydawców Prasy w latach 2005-2013 nastąpił spadek nakładów prasy o 35%, tj. o ponad 1 mld egzemplarzy oraz zmniejszenie wartości nakładów prasy o 1,8 mld zł z 6,5 mld zł w 2005 r. do 4,7 mld zł w 2013 r. Towarzyszył temu 30% spadek przychodów z reklamy w prasie i zmniejszenie udziału prasy w rynku reklamy z 29,3% w 2005 r. do 11% w 2014 r.

Dotychczas wraz z wzrostem dostępu do technologii cyfrowych wydawcy udostępniali znaczne ilości swoich materiałów w Internecie: początkowo bezpłatnie w celu promowania wydań tradycyjnych. Źródłem finansowania ich serwisów były zyski ze sprzedaży prasy drukowanej uzupełniane zyskami z reklamy internetowej. Wspomniany spadek jej sprzedaży spowodował zmianę sposobu udostępniania treści tworzonych przez tradycyjnych wydawców. Wydawcy prasy zaczęli zakładać serwisy płatne, np. płatne subskrypcje ograniczające dostęp do treści (tzw. paywalle) oraz dedykowane określonym grupom klientów tworzone bezpośrednio na ich potrzeby. Tego rodzaju usługi nie cieszą się jednak nadmiernym zainteresowaniem konsumentów, przyzwyczajonych do dostępu do bezpłatnych treści – jak podaje Komisja Europejska, te ostatnie generują tylko 10% dochodów wydawców z działalności internetowej.

Duża dostępność materiałów prasowych udostępnianych przez wydawców w Internecie stymulowała powstanie usług wykorzystujących te treści, ale świadczonych przez inne podmioty niż wydawcy prasy, np. portale agregujące informacje. Wpłynęła także na sposób korzystania z wyszukiwarek internetowych, ponadto materiały prasowe są także szeroko wykorzystywane przez media społecznościowe. Łącznie usługi te stały się głównym źródłem dostępu informacji prasowych dla 57% użytkowników Internetu w UE. Badania pokazuję, że co prawda 66% wejść na strony internetowe wydawców odbywa się poprzez inne serwisy, to równocześnie aż 47% konsumentów czyta wyłącznie wycinki czy fragmenty materiałów zamieszczane w serwisach pośredników, nie wchodząc na strony wydawców, co pozbawia tych ostatnich zysków z reklam.

Trendy światowe i europejskie szybko znajdują odzwierciedlenie w polskiej rzeczywistości, co potwierdzają badania zlecone przez MKiDN we współpracy z Izbą Wydawców Prasy w 2013 r. i poświęcone przede wszystkim postawom konsumentów treści prasowych. Ich wynikiem jest opracowana przez Millward Brown (na zlecenie IWP oraz Narodowego Centrum Kultury, instytucji podległej MKiDN) „Diagnoza społecznych zachowań czytelniczych w obrębie prasy drukowanej i cyfrowej. Nowe platformy dostępu do treści. Transformacja prasy". Z przedstawionej „Diagnozy" (jej pełną wersję otrzymała Komisja) – poza wspomnianymi zagrożeniami, które odnotowują badacze europejscy – wyłaniają się dodatkowo trzy ogólne wnioski. Pierwszy: rynek prasy cyfrowej ma znaczny potencjał rozwojowy związany z ekspansją samego Internetu. Prasa i wydania cyfrowe, łączące zalety wersji drukowanych z możliwościami technologii internetowej, mają z punktu widzenia konsumenta komplementarny charakter i mogą się uzupełniać. Taki trend powinien się umacniać wraz ze wzrostem liczby konsumentów zainteresowanych wydaniami elektronicznymi czy wręcz traktujących je jako podstawowe źródło korzystania z treści prasowych oraz wraz ze zwiększającym się dostępem do sprzętu

służącego do ich łatwego odczytu. Drugi wniosek: prasa cyfrowa nie jest jedynie kopią prasy papierowej i nie powinna taką być. Wypracowuje specyficzne formy przekazu związane z możliwością integracji dźwięku i obrazu, interaktywnością, nowymi funkcjonalnościami związanymi z magazynowaniem, katalogowaniem informacji czy możliwością spersonalizowania przekazu prasowego pod kątem preferencji poszczególnych czytelników. Trzeci wniosek: prasa cyfrowa działa w specyficznym kontekście, w środowisku medialnym, w którym jej przekaz wchodzi w konkurencję nie tylko z innymi tytułami z tego samego segmentu medialnego, ale również z innymi technologiami komunikacyjnymi (serwisy, portale, blogi). Kapitałem, jaki wykorzystuje w tej konkurencyjnej walce, winien być wciąż jej żywy i korzystny wizerunek jako medium o silnej renomie, autorytecie i profesjonalizmie. Nie bez znaczenia w tym wypadku pozostają również zagadnienia ochrony uprawnionych do udostępniania cyfrowych treści prasowych z wykorzystaniem przysługujących im praw autorskich.

Szeroko ostatnio dyskutowanym problemem w przypadku rynku prasowego, a precyzyjniej niektórych jego segmentów, jest nadmierna koncentracja kapitału. W tym zakresie nie jest możliwe proste opisanie całego rynku. Próba jakiejkolwiek rzetelnej analizy oraz ukazania rzeczywistego obrazu rynku prasowego wymaga dokonywania jego oglądu w poszczególnych segmentach, które są wobec siebie co do zasady komplementarne, a mianowicie rynku dzienników ogólnopolskich, rynku ogólnopolskich tygodników opiniotwórczych, rynku dzienników regionalnych oraz rynku tygodników regionalnych. Z uwagi na brak publicznego rejestru prasy, w którym zawarte byłyby informacje o strukturze właścicielskiej poszczególnych wydawnictw, w tym zakresie należy odwołać się do najbardziej wiarygodnych efektów działalności Związku Kontroli Dystrybucji Prasy, który kontroluje około 75% sprzedawanych w Polsce tytułów prasowych. Obecnie Związek Kontroli Dystrybucji Prasy kontroluje działalność wydawniczą 132 wydawców, z czego jedynie około 30 posiada dominujący kapitał zagraniczny. Należy podkreślić, iż Związek nie kontroluje jednak całego rynku prasy w Polsce. Badaniom tej organizacji poddana jest większość prasy ogólnopolskiej, a także największe tytuły regionalne. Związek kontroluje jednak jedynie niewielką część rynku prasy lokalnej wydawanej w powiatach i gminach.

Przechodząc do analizy poszczególnych segmentów rynku prasowego, pragnę zauważyć, że na rynku dzienników regionalnych obecnie funkcjonuje 10 tytułów, które można zaliczyć do tej grupy. Są to: „Fakt", „Super Express", „Gazeta Wyborcza", „Gazeta Polska Codziennie", „Rzeczpospolita", „Dziennik. Gazeta Prawna", „Puls Biznesu", „Parkiet", „Nasz Dziennik" oraz „Trybuna". Z tej grupy jedynie dwa ostatnie tytuły nie są poddane kontroli Związku i tylko dwa tytuły wydawane są przez wydawcę z dominującym kapitałem zagranicznym. Pierwszym jest dziennik „Fakt" wydawany przez niemiecko-szwajcarski koncern Ringier Axel Springer. Tytuł ten w 2015 r. miał jednak zdecydowanie największy nakład spośród wszystkich wydawanych dzienników ogólnopolskich, który wynosił średnio 435 tys. egzemplarzy. Nakład ten znacząco wyprzedzał nakłady kolejnych tytułów wydawanych już przez wydawców z dominującym kapitałem polskim – „Super Expressu" i „Gazety Wyborczej", których średnie nakłady w 2015 r. wynosiły odpowiednio 250 tys. i 245 tys. egzemplarzy. Drugim dziennikiem ogólnokrajowym wydawanym przez podmiot o dominującym kapitale zagranicznym jest „Puls Biznesu", którego wydawcą jest należąca do szwedzkiej Grupy Bonnier – Bonnier Business Polska sp. z o.o. Dzienny nakład wynosi ok. 14 tys. egzemplarzy.

Także wśród opiniotwórczych tygodników ogólnopolskich zdecydowana większość tytułów wydawana jest przez wydawców, w których dominuje kapitał polski. Wśród 10 tytułów o największym nakładzie znajduje się jeden wydawany przez wydawcę z przeważającym udziałem kapitału zagranicznego – „Newsweek Polska" wydawany przez Axel Springer. Jego średni jednorazowy nakład wynosił w 2015 r. 185 tys. egzemplarzy. Znajdował się więc na trzecim miejscu w swoim segmencie po „Tygodniku Angora", który ma 465 tysięcy egzemplarzy nakładu i „Gościu Niedzielnym" (ok. 205 tysięcy egzemplarzy). Tuż za nim znajduje się tygodnik „Polityka" (ok. 170 tysięcy egzemplarzy), „wSieci" (ok. 150 tysięcy egzemplarzy), „Do Rzeczy" (ok. 120 tysięcy egzemplarzy). Pozostałe tytuły znajdujące się wśród 10 tytułów o największym nakładzie („Wprost",

„Gazeta Polska", „Przegląd" oraz „Tygodnik Powszechny") także wydawane są przez wydawców, w których dominuje kapitał polski.

Inaczej wygląda sytuacja na rynku dzienników i czasopism regionalnych. Zdecydowanie największa liczba tytułów o największej liczbie nakładów na rynku dzienników regionalnych wydawana jest przez Grupę Polska Press, która jest częścią niemieckiej grupy medialnej Verlagsgruppe Passau. Wydaje ona 20 dzienników regionalnych w 15 województwach: „Dziennik Bałtycki", „Dziennik Zachodni", „Gazetę Krakowską", „Gazetę Wrocławską", „Głos Wielkopolski", „Kurier Lubelski", „Polskę –Metropolia Warszawska", „Express Ilustrowany", „Dziennik Polski", „Gazetę Lubuską", „Gazetę Pomorską", „Kurier Poranny", „Gazetę Współczesną", „Nową Trybunę Opolską", „Echo Dnia", „Gazetę Codzienną Nowiny", „Głos Pomorza", „Express Bydgoski", „Nowości Toruńskie". Średni nakład tych wszystkich tytułów to około 30 tys. egzemplarzy. Tytuły wydawane przez Grupę Polska Press stanowią znaczną większość wszystkich dzienników regionalnych poddanych kontroli Związku Kontroli Dystrybucji Prasy. Poza nimi Związek analizuje jedynie 4 tytuły: „Dziennik Wschodni" wydawany przez Corner Media (ok. 10 tys. nakładu), „Gazeta Olsztyńska/Dziennik Elbląski" – Grupa WM Sp. z o.o. (ok. 22 tys.), „Kurier Szczeciński" – Kurier Szczeciński sp. z o.o. (ok. 20 tys.) oraz „Super Nowości" – Wydawnictwo Prasowe Super Nowości (ok. 15 tys.). Z powyższych tytułów „Gazeta Olsztyńska/Dziennik Elbląski" wydawana jest przez wydawcę, w którym dominuje kapitał niemiecki. Pozostałych 3 wydawców to podmioty z dominującym kapitałem polskim. Porównując nakład wszystkich dzienników lokalnych wydawanych przez Grupę Polska Press z nakładami dzienników ogólnokrajowych, można zauważyć, że jest on wyższy niż nakład największego dziennika ogólnokrajowego „Fakt" – odpowiednio około 500 tysięcy i około 435 tysięcy egzemplarzy.

Analiza rynku tygodników regionalnych wskazuje, że nie ma podmiotu, który zdominowałby rynek w stopniu, w jakim rynek dzienników regionalnych został zdominowany przez Grupę Polska Press. Przeciwnie, poszczególne tygodniki lokalne wydawane są co do zasady przez lokalnych wydawców, w których dominuje kapitał polski. Spośród największych tygodników regionalnych jedynie „Tygodnik Ostrołęcki" wydawany jest przez podmiot z dominującym kapitałem zagranicznym (Grupę Polska Press). Jego średni tygodniowy nakład w 2015 r. wynosił 13 tys. egzemplarzy. Największe w Polsce tygodniki regionalne wydawane przez lokalnych wydawców co do zasady osiągały większy nakład. Największym tygodnikiem regionalnym był „Tygodnik Zamojski" – miał średni tygodniowy nakład wynoszący ok. 29 tys. egzemplarzy. Za nim znajdował się „Tygodnik Siedlecki – Magazyn" (ok. 25 tys. egz.), „Tygodnik Podhalański" (ok. 23 tys. egz.) oraz „TEMI Galicyjski Tygodnik Informacyjny" (ok. 17 tys. egz.). Na tym kończę przedstawienie sytuacji. Dziękuję państwu.

Przewodniczący poseł Piotr Babinetz (PiS):

Dziękuję bardzo panu ministrowi. Czy na tym etapie pan dyrektor chciałby coś dodać?

Dyrektor Departamentu Własności Intelektualnej i Mediów w Ministerstwie Kultury i Dziedzictwa Narodowego Karol Kościński:

Dziękuję, panie pośle. Skoro pan minister nie chciał, to ja na razie też nie.

Przewodniczący poseł Piotr Babinetz (PiS):

Dziękuję bardzo. Czy ktoś z zaproszonych gości, spośród panów, chciałby zabrać głos na tym etapie dyskusji? Proszę bardzo, proszę się przedstawić.

Prezes Izby Wydawców Prasy Wiesław Podkański:

Wiesław Podkański, jestem prezesem Izby Wydawców Prasy i chętnie się wypowiem, natomiast do tej pory był taki zwyczaj, że najpierw wypowiadały się panie i panowie posłowie, więc nie wiem, panie przewodniczący.

Przewodniczący poseł Piotr Babinetz (PiS):

Dla państwa posłów będzie jakby bogatszy materiał do dyskusji.

Prezes IWP Wiesław Podkański:

Bardzo proszę. Panie przewodniczący, szanowne panie posłanki i panowie posłowie. Chcę powiedzieć, że materiały przygotowane na dzisiejsze posiedzenie zarówno przez Komisję, jak i przez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego obrazują sytuację prasy w Polsce – uważam – w stopniu bardzo adekwatnym. Odsyłam państwa też do opracowania przygotowanego na zlecenie komisji kultury przez doktor Jolantę Dzierżyńską-Mielczarek z Instytutu Dziennikarstwa Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach. Ona tu bardzo obszernie informuje o tym, co się dzieje. A dzieje się to, że rzeczywiście rynek prasy drukowanej w Polsce i nie tylko w Polsce, właściwie na całym świecie, znajduje się w bardzo trudnej sytuacji. Jest to niewątpliwie sytuacja okresu przejściowego, która wynika z niezwykle dynamicznego rozwoju mediów elektronicznych i niezwykle dynamicznego rozwoju Internetu. Z jednej strony wydawcy prasy drukowanej zmieniają swój model biznesowy, z drugiej strony niewątpliwie potrzebne są nowe regulacje prawne, gdyż mogę powiedzieć z grubsza, że zarówno prawo prasowe, jak i prawo autorskie, prawo własności intelektualnej niestety zatrzymały się trochę na poziomie prasy tradycyjnej, prasy drukowanej. Brakuje rozwiązań dotyczących tego, co się dzieje w Internecie, i to nie jest problem tylko nasz, w Polsce, ale to jest problem europejski i światowy.

W odniesieniu do materiałów, które przed chwilą wymieniłem i właściwie pochwaliłem, chcę powiedzieć, że one pokazują też to, co jest ważne, jeśli chodzi o strukturę rynku prasowego w Polsce. To jest bardzo ważne, dlatego że ta struktura wygląda trochę inaczej niż była prezentowana – moim zdaniem – na grudniowym posiedzeniu naszej Komisji, państwa Komisji, przepraszam, ja tu jestem gościem, a to chociażby z tego powodu, że dane, na których się wówczas oparto, to były dane Związku Kontroli Dystrybucji Prasy, który – jak dzisiaj też przypomniał pan minister – zrzesza 132 wydawców i bada około 340 tytułów. Proszę państwa, tytułów prasowych w Polsce jest ponad 7000. Tytułów prasy lokalnej, która składa się z prasy wydawanej przez niezależnych wydawców (są to w znakomitej większości wydawcy polscy o kapitale polskim), z prasy samorządowej oraz z prasy wydawanej przez poszczególne parafie, jest sporo. Według naszej oceny te 1600 tytułów prasy lokalnej ma ogromny wpływ na kształtowanie opinii.

Jako IWP chcemy podjąć się takiego trudnego zadania: policzenia trochę na piechotę, ile naprawdę jest tych tytułów i jak one dokładnie wyglądają, gdyż ani Biblioteka Narodowa, ani dwie organizacje: Stowarzyszenie Prasy Lokalnej i Stowarzyszenie Gazet Lokalnych nie dysponują takimi danymi. To jest zadanie, które chcemy zrealizować, i mam nadzieję, że w ten sposób będziemy mogli dostarczyć komisji, która powstała przy ministerstwie kultury, materiały do analizy tej struktury, o której zresztą pan minister był łaskaw powiedzieć.

Wracam teraz do tego, o czym powiedziałem, czyli do stwierdzenia, że właściwie ustawodawstwo – tutaj pewnie pan dyrektor Kościński będzie miał inne zdanie na ten temat, ale to nie jest tylko w Polsce, podkreślam – zatrzymało się na erze przedinternetowej. O co chodzi? Chodzi o to, że regulacje, które dotyczą nas jako wydawców prasy drukowanej, nie przenoszą się na to, co się dzieje w Internecie. Podstawowym problemem, jaki my dostrzegamy w Internecie, jest nielegalne korzystanie z treści, które wytwarzają wydawcy prasy i które są pisane przez dziennikarzy. Określamy to mianem piractwa. Tego dotyczy też przygotowana w UE agenda cyfrowa, w szczególności jej pkt 11, 12, 13, i ta dyskusja toczy się w sposób bardzo intensywny. Obawiam się, niestety, jak to zresztą często w UE wygląda, że znowu będą to jakieś rozwiązania na zasadzie zgniłych kompromisów, które w sposób znaczący nie zmienią sytuacji, jeśli chodzi o skalę piractwa, a ta jest gigantyczna. Myślę, że w ciągu najdalej 2 miesięcy będziemy mogli państwu zaprezentować wyniki badań dotyczących skali piractwa na rynku polskim, piractwa dotyczącego nie tylko prasy, ale szeroko rozumianej sfery kultury, a więc filmu, muzyki i wszystkiego. Polska znajduje się, niestety, w absolutnej czołówce państw, w których piractwo jest tak rozpowszechnione, jeśli chodzi o statystyki ogólnoświatowe. Ten materiał przygotowuje firma Deloitte, a więc niezależna zupełnie firma badawcza i robi to na zlecenie Stowarzyszenia „Kreatywna Polska”, które gromadzi generalnie, jak

my to nazywamy, to może jest niełądne określenie, właściwie wszystkie przemysły kreatywne działające na rynku polskim.

Chcę zwrócić państwa uwagę, że jest to ogromny problem, dlatego że w wyniku piractwa nie tylko wydawcy, ale także twórcy, dziennikarze tracą najzwyczajniej w świecie ogromne pieniądze. Stąd kładziemy na to wielki nacisk i raport przygotowany przez Deloitte – mam nadzieję – uzmysłowi rządowi polskiemu i państwu także, o czym rozmawiamy i o jakich pieniądzach, traconych także przez budżet państwa, myślimy.

Konkretnie chodzi właśnie o zmiany w prawie autorskim. Tego oczekujemy, jeśli chodzi o wsparcie polskiego rządu. Chodzi także (i tutaj stanowisko polskiego rządu jest dobre) o regulacje dotyczące VAT na wersje elektroniczne książek i gazet drukowanych. Państwo zapewne wiecie, że w tej chwili stawka VAT na książkę i prasę drukowaną jest obniżona do 5,8%, natomiast stawka na właściwie te same treści w wersji elektronicznej jest stawką podstawową 23%. To bardzo źle wpływa na naszą konkurencyjność na rynku cyfrowym, chociaż oczywiście nawet obniżona cena gazet, żeby nie wiem jak była obniżona, zawsze jest wyższa niż 0, a tyle kosztuje pobranie takiego pliku w Internecie na licznych – setkach, tysiącach – portali, które to pokazują.

Ważne jest dla nas wreszcie także sfinalizowanie prac nad ustawą o świadczeniu usług drogą elektroniczną. Te prace zatrzymały się kilka lat temu. Praktycznie są tam 2 sporne punkty i wydaje się, że już, już, już – kilkakrotnie tak było – dochodziliśmy do jakiegoś kompromisu, a chodzi właśnie też o zwalczanie piractwa. To są te dwa sporne artykuły – art. 12 i 14, z tego co pamiętam. Zawsze coś powoduje, że tej finalizacji nie ma i w związku z tym też nie ma całej ustawy, a jest to ustawa ważna nie tylko dla nas, dla wydawców, ale jest to ustawa ważna w ogóle – jak sądzę – dla całej sfery gospodarczej w Polsce.

Proszę państwa, na zakończenie swojej wypowiedzi chciałbym jeszcze pozwolić sobie zacytować krótki fragment dzisiejszego felietonu redaktora Chraboty w „Rzeczpospolitej”, to jest kilka zdań. Kończy on swój felieton w sposób następujący: „jest jednak dziedzina, w której kwestia koncentracji monopolu i dominacji podmiotów zagranicznych stanowi realny problem. To Internet i rządzące nim przeglądarki oraz portale społecznościowe. Dzisiaj to Google, Facebook, Twitter i im podobne realnie rządzą debatą publiczną i zawiadują ludzkimi myślami. O ile są groźniejsze od Standard Oil i AT&T” – to były monopole amerykańskie, które zostały rozbite – „wyprą z rynku nie tylko anachroniczną prasę, ale i tradycyjne media audiowizualne”. A może by ustawodawca w trosce o dobro debaty publicznej zajął się właśnie nimi? Ja zresztą mówiłem o tym w grudniu, że to jest realny problem także na rynku reklamy. To są w tej chwili podmioty, które mają absolutnie dominującą, jeśli nie monopolistyczną, pozycję, jeśli chodzi o zgarnianie środków z reklamy, a przypomnijmy, było wiele artykułów na te temat, właściwie nie płacą żadnych podatków i Skarb Państwa z tego niewiele ma. Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Piotr Babinetz (PiS):

Dziękuję bardzo panu prezesowi. Chociaż pan prezes pewnie też chciał sprowokować pana dyrektora do wypowiedzi, to powiem tak – ponieważ mamy dwie obszerne informacje, a nieraz szereg posłów ma równoległe obowiązki, to myślę, że faktycznie teraz po tych dwóch obszernych informacjach czas na pytania i wypowiedzi państwa posłów. Proszę bardzo o zgłoszenia. Kto zgłasza się do wypowiedzi? Pani przewodnicząca Iwona Śledzińska-Katarasińska, później pan poseł Dariusz Piontkowski i prosimy o następne zgłoszenia.

Poseł Iwona Śledzińska-Katarasińska (PO):

Dziękuję bardzo, panie przewodniczący. Proszę państwa, jeżeli w przyszłości jakiś historyk polskiego parlamentaryzmu sięgnie do stenogramów wczorajszego i dzisiejszego posiedzenia Komisji, to pomyśli, że po drodze odbyła się jakaś rewolucja tak jakby po cichu. Rzeczywiście gdybyśmy zaczęli od tej informacji ministerstwa, za którą zresztą bardzo dziękuję, bo jest bardzo rzetelna i obiektywna, od tej wiedzy, to być może wczorajsza dyskusja wyglądałaby troszkę inaczej. Wczoraj była dyskusja o jakiejś diabolicznej roli niemieckiego kapitału i konkretnie koncernu Axel Springer na polskim rynku medialnym. Przyznaję, że minister Gliński dość powściągliwie opowiadał o planach legi-

slacyjnych ministerstwa odnoszących się do dekoncentracji kapitału na rynku medialnym. Zapewne potrzebna jest taka dyskusja. Natomiast tutaj dzisiaj z tego materiału widzimy, że po pierwsze – mamy ten rynek przebogaty i jeszcze nie do końca opisany, skatalogowany. Prawie w każdym akapicie są jakieś problemy. Jest takie zdanie, które tutaj zauważyłam: „przewaga kapitału polskiego", „przewaga kapitału polskiego", więc naprawdę to, co się tutaj wczoraj odbyło, to był jakiś sabat czarownic. Nie wiem, kto go wywołał, ale myślę, że jako…

Poseł Elżbieta Kruk (PiS):

Niemcy, pani przewodnicząca, Niemcy.

Poseł Iwona Śledzińska-Katarasińska (PO):

Pani przewodnicząca, Niemcy, to nie ulega wątpliwości, bo pani tu rządzi, ale prawda jest taka, że rzeczywiście na rynku prasy mamy problemy i ja się z tym absolutnie zgadzam, o których właśnie powiedział pan prezes Podkański. Mamy problemy nierzetelnej konkurencji Internetu, mamy problemy piractwa, zresztą tak jak w całej dziedzinie twórczości. To nie tylko dotyczy mediów, ale każdej twórczości. Rzeczywiście mamy jakiś opór przeciwko rozwiązaniu tych kwestii. Sama to wiem i w tej Komisji razem z niektórymi z państwa to przeżywaliśmy. Jakoś to się nie dało uregulować.

Wracając do tematu głównego, czyli sytuacji prasy, nie wiem, czy na tym posiedzeniu jest ktoś z prasy lokalnej, tak, właśnie. Myślę, że mamy dwie sprawy. Pierwsza – to właśnie to internetowe piractwo i ta nierównowaga, i co do tego nie mam żadnych problemów. Druga, z którą się nie umiemy uporać, to jest pozycja prasy lokalnej – myślę o lokalnej prasie tzw. samorządowej. Wielokrotnie w Sejmie się nad tym zastanawialiśmy. To jest kwestia pewnej podległości samorządowym władzom, jakiekolwiek by były próby wybijania się na niezależności tej prasy. To rzeczywiście jest rzecz bardzo ważna i myślę, że jako parlament, jako Sejm, jako posłowie powinniśmy się cały czas zastanawiać, jakie są możliwości unormowania tej sytuacji. Mam nadzieję, że taki wybryk jak telefon z Kancelarii Prezydenta do „Tygodnika Podhalańskiego" to był naprawdę wybryk, że było jakieś złe zdjęcie, nie wiem, o co tam chodziło. W każdym razie akurat „Tygodnik Podhalański", jak to na Podhalu, charakteryzuje się ogromną niezależnością i tam przeżyli szok, ale w Kancelarii Prezydenta, z tego co wiem, niektórzy też przeżyli szok, bo jakoś nie bardzo sobie życzyli takiego telefonu, ale była taka próba ocenzurowania. To są dwie kwestie, które – myślę – są ważne.

Jeśli natomiast mamy te materiały i mamy jeszcze poszerzone badania, o których mówił pan prezes Podkański, to bardzo dobrze, bo ja zaczynam dość optymistycznie patrzeć na te przymiarki pod wodzą – jak rozumiem – pana ministra do tych ustaw dekoncentracyjnych. Naprawdę, gdyby miało być tak, jak to wczoraj wybrzmiało na tej sali (nie na tej, tylko piętro niżej), to po prostu byłaby tragedia. Jeżeli to będzie brzmiało tak, jak tu dzisiaj mamy te materiały, to rozumiem, że wracamy do cywilizacji.

Przewodniczący poseł Piotr Babinetz (PiS):

Dziękuję bardzo, zaraz pan poseł Dariusz Piontkowski i pani przewodnicząca Elżbieta Kruk, natomiast muszę tutaj jednak zauważyć, że obszerne materiały mają to do siebie, że różnie można je interpretować, bo przecież nie można nie zauważyć, że jeśli chodzi o rynek dzienników regionalnych, co wyraźnie widzimy w tym materiale, to jest to bardzo znaczący obszar mediów w Polsce i jest on całkowicie zdominowany przez niemiecką grupę medialną, ale proszę bardzo – pan poseł Piontkowski, potem pani przewodnicząca Elżbieta Kruk.

Poseł Elżbieta Kruk (PiS):

Ja chciałam ad vocem.

Przewodniczący poseł Piotr Babinetz (PiS):

Proszę bardzo, pani przewodnicząca.

Poseł Elżbieta Kruk (PiS):

Ad vocem, bo sprowokowała mnie pani przewodnicząca. Oczywiście, bo jeśli mówimy o cywilizacji, to musimy pamiętać o rozmowie pana posła Grasia pod śmietnikiem

w sprawie „Rzeczpospolitej". Nie „o Jezu", tylko to są fakty. W tym śmietniku pani była? No to fajnie. I o tej nagranej rozmowie pana posła Grasia ze śp. panem Kulczykiem w sprawie zmiany naczelnego „Faktu". To jest właśnie ta cywilizacja – ma być sterowane ręcznie przez Platformę. Nie powstrzymałam się, żeby tego nie skomentować. Wydaje mi się, że jest to zrozumiałe, ale bardzo proszę nie łączyć dzisiejszego posiedzenia z wczorajszym, choć oczywiście nie uda się opisać całkowicie rynku prasy bez tego aspektu dominacji na nim kapitału zagranicznego, ale nie z tego powodu zwołaliśmy to posiedzenie. To jest posiedzenie planowe na wniosek posłów, na wniosek wydawców prasy, abyśmy mówili o tych realnych, jakby z duchem czasu pojawiających się problemach prasy, czyli to, co mówił pan prezes: kwestia VAT, kwestia internetowych pojawień się piractwa, kwestia trudności prasy lokalnej. To są problemy, z którymi się stykamy jakby obok tematu koncentracji na rynku mediów. Oczywiście tak jak mówię, nie da się tego rynku opisać, ale nie łączmy tego z wczorajszym. Jeśli łączymy to z wczorajszym posiedzeniem, pani przewodnicząca, to są to tylko harce polityczne, a nie rozmowa merytoryczna o problemach prasy w Polsce. Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Piotr Babinetz (PiS):

Dziękuję bardzo.

Poseł Iwona Śledzińska-Katarasińska (PO):

Przepraszam, ja muszę ad vocem, najmocniej przepraszam, panie przewodniczący.

Przewodniczący poseł Piotr Babinetz (PiS):

Proszę bardzo.

Poseł Iwona Śledzińska-Katarasińska (PO):

Na Boga, to rozumiem, że wczorajsze było śmietnikowe. Ja tego wczorajszego posiedzenia nie zaplanowałam, tylko pani przewodnicząca. Najmocniej przepraszam, jak można powiedzieć, żeby nie łączyć, jeśli wczoraj mówiliśmy o sytuacji mediów i dzisiaj mówimy o sytuacji prasy?

Poseł Elżbieta Kruk (PiS):

Pani przewodnicząca, doskonale pani wie, o czym ja mówię. Albo rozmawiamy merytorycznie o problemach prasy, w tym przede wszystkim prasy lokalnej, albo mamy harce polityczne i koniec. I tyle.

Poseł Iwona Śledzińska-Katarasińska (PO):

Ja przecież nie zwołałam posiedzenia, na Boga…

Przewodniczący poseł Piotr Babinetz (PiS):

Dobrze, ale proszę o przejście do spokojnej dyskusji. Proszę bardzo – pan poseł Dariusz Piontkowski.

Poseł Dariusz Piontkowski (PiS):

Zacznę od elementu, który chyba nas wszystkich będzie łączył, tzn. tego, jaką pozycję ma dzisiaj prasa lokalna. To, o czym przed chwilą mówiły obie panie, rzeczywiście powinno budzić nasz niepokój i skłaniać do zastanowienia się, co z tym fantem zrobić, bo sytuacja, w której samorządy są wydawcami dużej części periodyków albo ukazujących się co jakiś czas gazetek, czasopism społeczno-gospodarczych opisujących życie lokalne, rzeczywiście z wolnością prasy niewiele ma wspólnego.

Dziś większość niezależnych inicjatyw, które pojawiły się w latach 90., tak naprawdę lokalnie już nie funkcjonuje. Jednak pytanie jest takie: czy my z poziomu Sejmu możemy tutaj coś zrobić? Gdyby pojawił się pomysł np. zakazu, aby samorządy wydawały tego typu periodyki, to zaraz pojawiłoby się oskarżenie o to, że po raz kolejny ograniczamy możliwości działania samorządu i coś w tym na pewno by było.

Przypomnę, że kilka lat temu pojawił się pomysł ze strony rządzących, aby ośrodki regionalne TVP podporządkować samorządom województw. Na szczęście tak się nie stało i dzisiaj te ośrodki mogą być niezależne od władzy lokalnej, mogą publikować także krytyczne materiały, choć ja pamiętam ze swojego woj. podlaskiego, gdzie marszałek województwa swego czasu tak naprawdę próbował kneblować działanie telewizji regio-

nalnej, ponieważ czasami pojawiały się tam krytyczne materiały dotyczące funkcjonowania zarządu. To co dopiero by się działo, gdyby była to instytucja podległa marszałkom? W ogóle o działalności niezależnej nie mogłoby być mowy.

Na pewno jest to element, nad którym trzeba dyskutować, tylko czy ktoś ma jakiś pomysł, jak umożliwić tym inicjatywom lokalnym zaistnienie na lokalnym rynku? To jest jedno z podstawowych pytań, przed którymi stoimy. Ja na razie nie słyszałem żadnego pomysłu, ale może ktoś z pastwa ma i na pewno chętnie byśmy go wysłuchali.

Element drugi dotyczący sytuacji na rynku prasy. Materiał ministerstwa – zgadzam się, że rzetelny – tak naprawdę koncentruje się na mediach opisujących tę stronę społeczno-polityczną. Państwo w ogóle nie zauważyli całej prasy kolorowej, tak to w skrócie nazwę, o której mówi materiał przygotowany przez panią doktor, przysłany nam przez IWP i który pokazuje też troszeczkę inną tendencję. Z jednej strony mamy do czynienia ze zmniejszającymi się nakładami największych gazet i tygodników opinii – tak to nazwijmy. Rzeczywiście jest to fakt, praktycznie wszyscy wydawcy to zauważają i tu Internet odgrywa bardzo istotną rolę. Z drugiej strony gdybyśmy popatrzyli na liczbę tytułów w porównaniu z latami 90., ale już uwzględniając prasę kolorową, to widać, że wcale nie jest tak źle. Liczba tytułów wzrosła, nakłady w porównaniu z latami 90. wzrosły, ale – jak rozumiem – te wzrosty dotyczą przede wszystkim tej prasy lekkiej, tak to może określę. To nie są określenia oczywiście zgodne z nomenklaturą, ale mam nadzieję, że państwo rozumieją.

Pytanie do pana Podkańskiego, bo zwrócił uwagę na konkurencyjny i bardzo często piracki Internet. O tym rzeczywiście już kilkakrotnie rozmawialiśmy w Komisji. Czy jest jakieś rozwiązanie w Europie, w Stanach Zjednoczonych, które pozwoliłoby przynajmniej częściowo ograniczyć ten problem, jednocześnie nie narażając ustawodawcy na zarzut wprowadzania cenzury? Tu jest bardzo cienka granica. Jak państwo wiedzą, już dzisiaj pojawiają się zarzuty wobec tego, że ktoś z rządzących próbuje cenzurować media takie lub inne. Gdybyśmy kierując się tylko i wyłącznie interesem wydawców prasy, próbowali tutaj wprowadzić takie ograniczenia treści, to ewidentny zarzut o cenzurę byłby uzasadniony. Czy są jakieś praktyczne rozwiązania w tej sprawie?

Trzeci element czy już czwarty. Wspomniał pan o właścicielach firm typu Google, Twitter czy Facebook. Rzeczywiście tam przenosi się ogromna część informacji, tylko czy tutaj jest jakiś sposób na to, aby po pierwsze – opodatkować tych przedsiębiorców i powstrzymać wykorzystywanie treści przez bardzo często indywidualnych użytkowników, którzy stają się roznosicielem treści w Internecie, czasami posiłkując się jakimiś materiałami nie tylko z prasy, ale także z innych mediów, które do nas docierają?

Ostatni element – ten, który przed chwilą wywołał tę najbardziej zażartą część dyskusji. Jeżeli rozmawiamy o dekoncentracji, to nie można skupiać się tylko i wyłącznie na rynku prasowym, bo jak sami państwo zauważyli i przedstawiony nam materiał wskazuje na to, że udział rynku w postrzeganiu otoczenia przez zwykłego zjadacza chleba odgrywa coraz mniejszą rolę. Stopniowo tę rolę w coraz większym stopniu przejmuje Internet, ale także media elektroniczne ciągle są bardzo ważnym uczestnikiem tego rynku. Mówiąc więc o dekoncentracji nie można mówić tylko i wyłącznie o wydawanych tytułach prasowych. Zresztą szef KRRiT na poprzednim posiedzeniu dotyczącym dekoncentracji wyraźnie to zaakcentował, że mówiąc o dekoncentracji trzeba brać pod uwagę także kapitałowe powiązania dotyczące różnych rodzajów działalności, nie tylko wyłącznie medialnej, ale także np. reklamowej, bo potem ma to bardzo istotny wpływ chociażby na przepływ kapitału do poszczególnych tytułów, wydawnictw, ośrodków telewizyjnych czy internetowych.

Na pewno przed nami bardzo twardy orzech do zgryzienia, jeżeli chcielibyśmy pomóc i prasie lokalnej i prasie drukowanej. Dziękuję.

Przewodniczący poseł Piotr Babinetz (PiS):

Dziękuję bardzo. Proszę bardzo o kolejne głosy państwa posłów. Pani poseł Małgorzata Chmiel i potem pan poseł Grzegorz Puda.

Poseł Małgorzata Chmiel (PO):

Dziękuję bardzo. Oczywiście trzeba się zgodzić, że nie wszystkie zjawiska na rynku mediów są pożądane. Stało się tak, ponieważ nasze wolne media są wolnymi mediami od bardzo krótkiego czasu w porównaniu z innymi krajami zachodnimi. W związku z tym, że powstała nisza, że konkurencyjność w całej Europie jest taka sama, zostały tak zagospodarowane, a nie inaczej. Zgadzam się całkowicie, że należy to uporządkować. Należy uporządkować prawo autorskie, jeśli chodzi o rynek mediów, jak również o wszystkie dziedziny twórczości. Często bardzo trudne jest dochodzenie swoich praw autorskich. To tak na marginesie.

Teraz mówimy o mediach. Kolega wcześniej to powiedział, ale chciałabym jeszcze podkreślić. W innych krajach rynek wolnych mediów jest dużo, dużo dłużej niż u nas w Polsce. Jest pytanie do państwa, którzy znają się na tym najlepiej: jak poradziły sobie inne kraje? Tam i prawa autorskie są uporządkowane, nie ma tego piractwa. Rzeczywiście piractwo jest u nas podnoszone wielokrotnie przez różnych twórców nie tylko piosenek, nie tylko artykułów. Również ja to znam z mojej dziedziny (architektury), z różnych dziedzin sztuki – rzeźby i innych. W jaki sposób poradzono sobie tam z tym problemem? Może dobrze byłoby wspomagać się pomysłami tam już opracowanymi. Wiem, że to tam funkcjonuje i jakoś zdaje egzamin. Dziękuję.

Przewodniczący poseł Piotr Babinetz (PiS):

Dziękuję bardzo. Pan poseł Grzegorz Puda – proszę bardzo.

Poseł Grzegorz Puda (PiS):

Panie przewodniczący, szanowni państwo. Chciałbym się skupić na 3 tematach. Pierwszy temat to temat dotyczący roli mediów lokalnych. Moim zdaniem, rola mediów małych typu gazetki parafialne, gazetki wydawane przez gminy, przez burmistrzów, wójtów, gazetki wydawane przez różnego typu stowarzyszenia jest w tej chwili niedoceniana przez reklamodawców. Wynika to prawdopodobnie z tego, że bardzo trudne jest dotarcie do dużej liczby odbiorców poprzez te gazetki. Jeżeli reklamodawca jest zainteresowany skutecznym dotarciem do mediów, to idzie do jakiegoś dużego domu medialnego czy agencji, która się tym zajmuje, wynajmuje od nich powierzchnię reklamową i na podstawie obliczeń tej agencji jest finansowana skuteczna reklama. W przypadku tych małych gazetek, o których mówimy, sytuacja wygląda całkiem inaczej, tzn. należałoby – powiem kolokwialnie – na piechotę uderzyć do każdego z tych wydawców, aby móc spróbować umieścić reklamę w takich małych gazetkach. Kiedyś szukałem, ale nie ma rzetelnych badań. Ja mówię np. o Podbeskidziu, bo jestem posłem z Podbeskidzia. Nie ma rzetelnych badań, które mogłyby pokazać, jak oddziałuje reklama w takiej małej prasie, małej w sposobie oddziaływania.

Na podstawie tego, co można zauważyć, okazuje się, że siła oddziaływania takich reklam być może (ja tak podejrzewam) będzie większa niż siła oddziaływania reklamy w gazetach tzw. większych. Poza tym problem polega również na tym, że w małych gminach, mniejszych wiejskich, są wydawane periodyki, które nie tylko są finansowane przez wójtów, burmistrzów, co narusza rynek lokalny – narusza z wielu powodów, m.in. w ten sposób (co znalazłem w państwa opracowaniu, w materiałach, które dzisiaj zostały dostarczone), że bywają nawet przypadki, w których gmina, dotując swoją gazetę, jeszcze pobierała za nią opłatę. Na przykładzie Bielska-Białej to powoduje to, że redakcja miejska wydająca nasz periodyk jest największą redakcją na naszym terenie. Po prostu gazet nie stać na to, żeby opłacać dziennikarzy tak, jak stać gminę poprzez pana prezydenta. Powoduje to, że w pewnym stopniu informacje, które są przekazywane, są – można powiedzieć – jak gdyby nacechowane tymi tendencjami, którymi dysponuje gmina. Niestety tak jest i są uzależnione od gmin, co wpływa bardzo negatywnie na rynek mediów. Jeżeli w tej chwili gazeta chce się utrzymać, to niestety często skazana jest na reklamę, która jest do niej skierowana od gmin, od wójtów, od burmistrzów, od starostw, co powoduje, że gazety tzw. wolne, o których mówiła pani poseł, mimo że chciałyby być wolne, często w pewnym stopniu muszą się uzależnić od swoich reklamodawców. Moim zdaniem, jest to bardzo duże niebezpieczeństwo, ponieważ nawet gazety, które chciałyby,

które są rzeczywiście niezależne, w których kapitał jest polski, w ten sposób nie zawsze piszą o sprawach, o których mogłyby pisać jak gdyby w wolnym słowie.

Trzecia sprawa to sprawa trochę nowsza. Chodzi mi o kupno, sprzedaż, handel tzw. informacjami związanymi z Facebookiem, z Google, czyli tzw. cookies. Z tego co ja się ostatnio dowiedziałem, w tej chwili cookies jest jednym z najbardziej pożądanych towarów na rynku reklamobiorców. Spersonifikowanie czy stargetowanie reklamy do wybranego typu odbiorców powoduje, że ta reklama jest tańsza dla reklamodawców, a dla reklamobiorców jest lepsza i bardziej skuteczna. W związku z tym mam pytanie: czy w ogóle jest brane pod uwagę opodatkowanie w jakikolwiek sposób czy skontrolowanie, jak wygląda ten segment? Co prawda nie jest on bezpośrednio związany z prasą papierową, ale myślę, że możemy go zaliczyć do kwestii prasy ogólnie. Dziękuję uprzejmie.

Przewodniczący poseł Piotr Babinetz (PiS):

Dziękuję bardzo. Czy pani poseł Mirosława Stachowiak? Nie, dziękuję, to teraz pan przewodniczący Krzysztof Mieszkowski, potem pani przewodnicząca Anna Sobecka.

Poseł Krzysztof Mieszkowski (N):

Drugi dzień z rzędu rozmawiamy o mediach w Polsce, a właściwie się zastanawiam, o czym rozmawiamy, tak naprawdę co jest przedmiotem naszej rozmowy, jeżeli w ogóle jest to rozmowa, bo mam takie wrażenie, że usiłujemy doprowadzić do jakiejś debaty, która ma doprowadzić do dekoncentracji kapitału niemieckiego, i to jest główny cel tych obu debat, jak sądzę.

Mnie tak naprawdę w mniejszym stopniu interesują pieniądze i kapitał, który stoi za poszczególnymi gazetami, interesuje mnie wolność słowa. Jeżeli wolność słowa nie jest łamana, to dlaczego my zaczynamy debatować na temat pieniędzy? Przypuszczam, że tutaj istotne są jednak cele polityczne, czy istotniejsze są cele polityczne od wolności prasy i respektowania art. 14 naszej konstytucji.

Oczywiście mamy do czynienia z sytuacją, która w Polsce jest obecna od wielu lat i to nie jest kwestia dwóch ostatnich lat czy nawet ostatnich 5 lat. Wszyscy jesteśmy świadomi tego, że w Polsce mamy do czynienia z bardzo niską kulturą czytelnictwa. Jeszcze raz przypomnę, że 68% Polek i Polaków w 2016 roku nie wzięło do ręki żadnej książki.

Czytelnictwo prasy jest również słabe i nie wynika tylko z tego, że mamy taką ekspansję mediów elektronicznych. Oczywiście jest to jeden z elementów słabszego czytelnictwa prasy regionalnej czy prasy drukowanej w ogóle. Zastanawiam się, jak to będzie wyglądało w przyszłości, czy czytelnictwo w ogóle będzie miało jakąś swoją siłę społeczną. Wczoraj pan minister Gliński sugerował nam, że pracuje nad ustawą o książce, i jestem bardzo ciekaw kształtu tej ustawy. Oczywiście jestem zwolennikiem takiej ustawy, bo to może nabierze jakiegoś innego wymiaru intelektualnego i przyczyni się przede wszystkim do społecznego kreowania nowej kultury czytelniczej. Bardzo bym tego chciał i bym tego oczekiwał.

Chciałbym państwu powiedzieć o takiej rzeczy, która być może jest znana dla wielu z was. We Francji czy w Niemczech gazety są dotowane przez państwo. Tam nikt nie ma wątpliwości, że trzeba wspomóc media drukowane, dlatego że są one w odwrocie. Jednocześnie wiąże to się oczywiście z bardzo wysoką kulturą czytelniczą w tych krajach.

Zjawiskiem negatywnym, o którym mówili panowie posłowie, jest oczywiście to, że samorządy dofinansowują poszczególne gazety wychodzące w regionach. Tak jest właściwie wszędzie. Dzisiaj w tym kontekście bardzo trudno mówić o całkowitej wolności prasy. To jest bardzo poważny problem i to dotyczy właściwie wszystkich dzienników regionalnych. Tam trwa swoisty festiwal przekonywania poszczególnych władz, by inwestować np. w „Gazetę Wrocławską” (tak jest we Wrocławiu), która jest finansowana przez niemiecką grupę medialną. Oczywiście „Gazeta Wyborcza” również ubiega się o reklamy, które chciałaby, żeby umieszczał urząd marszałkowski czy jakiś inny urząd miejski we Wrocławiu na łamach tej gazety, nie mówiąc o tym, że to jest fatalne w gruncie rzeczy. Marketingowcy poszczególnych periodyków, poszczególnych gazet o to bardzo zabiegają i to dzisiaj właściwie jest ich główny cel.

Za tym stoi cała filozofia istnienia prasy w Polsce. Wspominałem o tym wczoraj i powtórzę to raz jeszcze. Mamy taką sytuację, że właściwie dla wszystkich domów

medialnych najistotniejszy jest zysk ekonomiczny. Zysk społeczny jest drugorzędny i właściwie jest zapominany. Z poszczególnych codziennych gazet regionalnych znikają przecież działy kultury. Informacje na temat kultury stają się właściwie ogłoszeniami płatnymi. Dla naszej edukacji, dla naszej świadomości społecznej jest to rzecz niezwykle negatywna i bardzo trudna do odrobienia, jeżeli głównym elementem napędzającym świadomość społeczną będzie wąsko rozumiana filozofia uprawiania ekonomii wokół tych gazet czy periodyków.

Oczywiście bardzo się cieszę z tego, że Instytut Książki w dalszym ciągu utrzymuje ważną część prasy intelektualnej, tak to nazwijmy, a więc periodyków, które są dość specjalistyczne, takich jak „Dialog”, jak miesięcznik „Teatr”, „Twórczość”. Na szczęście jest ich wiele. One są dofinansowywane przez Instytut Książki, ale jest też wiele takich inicjatyw, które są całkowicie skazane na dofinansowanie przez samorządy – wojewódzkie czy miejskie. To są bardzo poważne problemy.

O co my dzisiaj tak naprawdę walczymy? Walczymy o kształt społeczny, o świadomość społeczną, o jakiś rodzaj wolności wewnętrznej, w konsekwencji o demokrację. Jeżeli rozmowę o demokracji sprowadzimy wyłącznie do poziomu finansowego, demokracja będzie miała wyłącznie wymiar ekonomiczny, to wówczas możemy być pewni, że z tej demokracji będziemy coraz mniej zadowoleni, ona będzie coraz bardziej skarlała i skarykaturyzowana.

W związku z tym te informacje na temat dzienników wychodzących w regionach są bardzo ciekawe. Mnie np. bardziej interesowałaby sprzedaż tych dzienników. Jak one się sprzedają, w ogóle jak są czytane? Jaka jest ich zawartość merytoryczna? Czy ktoś w ogóle prowadzi takie badania? To są poważne problemy, z którymi dzisiaj powinniśmy się zmierzyć. Pan prezes Podkański wspomina o tym w podtekście, mówiąc o tym, co jest jakby naszą aksjologią społeczną. To jest podstawowy problem dzisiaj, a my zastanawiamy się, czy kapitał niemiecki to jest dobrze, a szwajcarski w tym kapitale niemieckim to jest gorzej, a może wprowadzimy kapitał węgierski, będzie w ogóle wspaniale.

Wiemy o tym, że media są kręgosłupem każdej demokracji. Są czwartą władzą, jak wszyscy wiemy, i byłoby warto, żeby media miały przede wszystkim tę ważną misję społeczną, a nie wyłącznie prymitywnie rozumianą misję polityczną, o którą tutaj dzisiaj się walczy. Wydaje mi się, że tak naprawdę wszystkie ugrupowania polityczne, które dzisiaj są w Sejmie, ale również te, które są poza parlamentem, są świadome tego, jak istotna jest cała sfera mediów, ale nie zamieniajmy mediów w kocioł polityczny. Proszę zwrócić na to uwagę. Pisał o tym bardzo ciekawie Ryszard Kapuściński w jednej ze swoich książek, zwracając uwagę na to, że właściwie media stały się własnością polityków. To jest absolutna karykatura tego, co media miałyby nieść ze sobą, jaką funkcję społeczną i w konsekwencji polityczną pełnić. Media nie mogą być własnością polityków. To oznacza koniec demokracji, to oznacza koniec wolnej wypowiedzi, to oznacza koniec debaty publicznej tak naprawdę. W pewnym sensie wszyscy jesteśmy za to odpowiedzialni.

Natomiast absolutnie nie ma zgody na taką regulację, która ma być już w jakimś niedługim czasie, a która ma dotyczyć dekoncentracji kapitału niemieckiego, zmiany na jakiś inny. To jest bardzo dobra informacja, kiedy widać, że właściwie wszystkie tygodniki w Polsce, poza „Newsweekiem”, są finansowane z polskich pieniędzy. Nie wiem, czy polskie pieniądze są lepsze od niemieckich, czy gorsze, czy jakieś półlepsze, można na ten temat debatować właściwie bez ustanku. Absolutnie jestem zwolennikiem podniesienia kultury czytelniczej, ale przede wszystkim utrzymania tego, co jest zapisane w naszej konstytucji, czyli wolności słowa.

Przewodniczący poseł Piotr Babinetz (PiS):

Dziękuję. Ja jednak przypomnę, o czym już dzisiaj tutaj mówiono, że ten dzisiejszy punkt: informacja o sytuacji prasy w Polsce wynika z naszego programu prac Komisji, z tego, że szereg posłów właśnie uważało, że należy przeprowadzić dyskusję na temat prasy w Polsce i wszystkich aspektów jej funkcjonowania. Proszę bardzo – pani przewodnicząca Anna Sobecka.

Poseł Anna Sobecka (PiS):

Dziękuję, panie przewodniczący. Szanowni państwo, ja się odniosę do wypowiedzi pana prezesa Podkańskiego, bowiem przedstawił piractwo internetowe jako ogromny problem. Chciałam zwrócić uwagę na jeden aspekt, który przewijał się w poprzedniej kadencji na kilku posiedzeniach Komisji Kultury i Środków Przekazu. Chodzi mianowicie o obowiązkowy bezpłatny podręcznik, który wydawcy mieli obowiązek przekazywać do każdej biblioteki – 1 egzemplarz bezpłatnie. Do Biblioteki Narodowej – 2 egzemplarze, i do Biblioteki Jagiellońskiej – 2 egzemplarze. Ciągle w wypowiedziach ministerstwa akcent był stawiany na koszty tych egzemplarzy i oczywiście tak się stało, że w tej chwili obowiązkowy bezpłatny egzemplarz otrzymuje tylko Biblioteka Narodowa i Biblioteka Jagiellońska.

Dlaczego o tym wspominam? Wspominam, gdyż przy tym temacie były również połączone periodyki i wszelkie tygodniki, które szły do bibliotek. Tak się zastanawiam – jeśli w bibliotekach zabrakło tych periodyków, tygodników, to prawdopodobnie czytelnicy bibliotek, chociaż słusznie tutaj wspomniał pan przewodniczący Mieszkowski, że jest ich niewielu, zaczynają poszukiwać w Internecie. Myślę, że to piractwo ma według mnie również podłoże tego rodzaju. Nie, nie mam racji? To jest jedna sprawa.

Druga sprawa. Oczywiście zgadzam się z panem posłem, który poruszył problem reklamy. To jest problem ogromnie duży, obszerny i myślę, że trzeba osobnego posiedzenia, aby to bardziej zidentyfikować i rozstrzygnąć tę sprawę. Widzimy, jak to się dzieje w środowiskach lokalnych, w gminach, również w miastach, gdzie te czasopisma są sponsorowane przez urzędy miast i gmin. Tu chyba jest apel do prezydium, aby zastanowić się nad tym, czy nie trzeba by było osobnego posiedzenia poświęconego właśnie reklamie. Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Piotr Babinetz (PiS):

Dziękuję bardzo. Jeszcze pani poseł Barbara Bubula i jeżeli nie ma więcej zgłoszeń ze strony państwa posłów, to przejdziemy do odpowiedzi. Proszę bardzo.

Poseł Barbara Bubula (PiS):

Panie przewodniczący, szanowna Komisjo i goście. Chciałabym powiedzieć o dwóch sprawach, takich, które jeszcze do tej pory nie były poruszone albo były tylko jakieś krótkie wzmianki na ten temat.

Rzeczywiście tak jest, że mamy problem zjeżdżania z bardzo niskiego poziomu kultury czytelniczej w Polsce. W Skandynawii w latach 90. odnotowywany był jeszcze zakup gazet codziennych przez każde gospodarstwo domowe na poziomie 60% i oni zjeżdżali z tego poziomu, to my w latach 90. już od razu zjechaliśmy z poziomu dwudziestu kilku procent, jeśli chodzi o chęć zakupu codziennej gazety. To jest taki najważniejszy wskaźnik rodzaju kultury czytelniczej, jaką mamy. Niemcy sprzedają wielokrotnie więcej gazet codziennych w stosunku do swojej populacji niż Polska, jeśli porównamy liczebność tych narodów. Hiszpanie, którzy są porównywalnym wielkościowo narodem, sprzedają dwukrotnie albo prawie trzykrotnie więcej gazet niż w Polsce. To jest poważny problem, nad którym też warto byłoby się zastanowić, dlatego że jeśli tendencje światowe są takie, że obniża się poziom czytelnictwa ogólnie prasy drukowanej i jest kłopot z przepłynięciem tych ludzi i pieniędzy do Internetu, bo gros środków zgarniają wielkie koncerny internetowe międzynarodowe, to w Polsce jest to już problem być albo nie być dla bardzo wielu gazet. Dlatego zaczęłam tak gwałtowanie reagować na wypowiedź pani przewodniczącej Katarasińskiej, że jest różnica między wczorajszym a dzisiejszym posiedzeniem i że są jakieś inne dane. Oczywiście każdy normalnie myślący człowiek widzi różnicę w podaniu, że jest np. ileś tytułów polskich w Polsce a strukturą sprzedaży tych tytułów. Wiemy o tym dobrze, że jak zaliczymy gazetki parafialne do liczby prasy w Polsce, to będziemy mieć 99% tytułów prasowych w Polsce własności polskiej, ale jak zajmiemy się…

Poseł Krzysztof Mieszkowski (N):

A dlaczego ich nie liczyć?

Poseł Barbara Bubula (PiS):

Ale to nie jest dobra płaszczyzna do dyskusji, bo płaszczyzną dobrą do dyskusji jest porównywanie rzeczy porównywalnych z porównywalnymi, a nie gazetki parafialnej, która jest wydawana i w której bezpłatnie zamieszczają artykuły entuzjaści, którzy tam napiszą jakiś tekst i jest ona rozdawana za przysłowiowe co łaska do koszyczka raz w miesiącu, a czym innym jest gazeta codzienna, która ma pieniądze na zatrudnienie recenzenta teatralnego, ma możliwość zapłacenia dziennikarzowi śledczemu na przeprowadzenie porządnego sprawdzenia miejscowych notabli, czy nie kradną pieniędzy. Czy ta gazeta będzie miała np. pieniądze na to, żeby wysyłać do sądu korespondenta sądowego, który będzie relacjonował co ciekawsze procesy sądowe, co dawniej było normą w funkcjonowaniu prasy, a teraz już prawie nikogo na to nie stać.

Dla nas dramatem jest to, i to rzeczywiście jest temat do dyskusji, że przeciętny Polak miesięcznie na gazetę (to jest w danych, które otrzymaliśmy) wydaje w tej chwili 2,60 zł – na jakąkolwiek prasę. To oznacza mniej niż pół jednego tygodnika opinii albo jeden raz kupione „Życie na gorąco" albo jeden raz kupiona niecała „Gazeta Wyborcza". To jest temat, który powinien nas zajmować. To jest jeden wątek – właśnie zastanowienie się, czy i w jaki sposób możemy zachęcić naszych rodaków do tego, żeby się bardziej zainteresowali treściami, za które konkretnie chcą zapłacić jakieś pieniądze, czyli utrzymać dziennikarza, utrzymać redakcję, utrzymać korektora, który sprawdzi błędy ortograficzne przed wydrukowaniem czy zamieszczeniem w Internecie, itp.

Druga sprawa i ostatnia, o której chcę powiedzieć. Rzeczywiście jest poważny problem z tymi międzynarodowymi koncernami internetowymi. Znam dane sprzed 2 lat ze Stanów Zjednoczonych, gdzie wyszło na jaw, że wszystkie możliwe tytuły prasowe obecne w Internecie zbierają ileś pieniędzy z reklamy, ale 3/4 tych pieniędzy trafia do Facebooka, Google itp. agregatorów treści, którzy ściągają śmietankę z tego wszystkiego, a nie łożą na funkcjonowanie tej prasy. Dzięki korzystaniu ze swoich sposobów mają możliwość opracowywania reklamy i za ich pośrednictwem zamieszczona reklama na stronach internetowych prasy po prostu zgarnia większość pieniędzy i dla tego rzeczywistego wydawcy prasy już prawie nic z tego nie zostaje.

Nie znam tych danych dla Polski, bo tutaj jest tylko ogólna wzmianka, że z tych danych i z tych reklam bardziej korzystają międzynarodowe koncerny internetowe, ale ciekawe byłoby, ile z reklamy internetowej w zakresie prasy elektronicznej – tu jest pytanie być może do pana prezesa Podkańskiego – trafia do tych międzynarodowych wielkich koncernów internetowych. Rzeczywiście to jest problem, z którym boję się, że nie będziemy mogli sobie poradzić w sposób jednoznaczny bez wsparcia międzynarodowej inicjatywy w tym zakresie ze strony UE, bo to faktycznie zabija istnienie nie tylko prasy w Polsce, ale również w innych krajach. Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Piotr Babinetz (PiS):

Dziękujemy bardzo za ten cenny głos. Dziękuję paniom i panom posłom. Teraz proszę pana ministra i pana dyrektora o odpowiedzi na pytania czy ustosunkowanie się do dyskusji, a także pana prezesa, bo też były pytania do pana prezesa. Później jeszcze poprosimy o głos pozostałych państwa gości. Proszę bardzo, panie ministrze.

Podsekretarz stanu w MKiDN Paweł Lewandowski:

Dziękuję, panie przewodniczący. Wysoka Komisjo. Będę bez jakiejś szczególnej kolejności odnosił się do spraw.

Jeśli chodzi o sprawę personalizacji reklam, którą poruszył pan poseł, czyli o wymianę cookies, to jest to kwestia, która w zasadzie jest w kompetencji GIODO, więc zachęcam tutaj do dialogu Komisji z GIODO.

Jeśli chodzi o kwestię dotyczącą przyznania praw pokrewnych wydawcom, domniemania posiadania praw pokrewnych, to oczywiście stoimy na stanowisku, że takie domniemanie powinno zostać wprowadzone, ale potrzebujemy harmonizacji prawa w UE, ponieważ jeśli wprowadzimy u siebie takie domniemanie, to po prostu dostawy treści internetowych wyprowadzą swoje serwery za granicę, a prawo autorskie nie będzie działać w innych krajach. Dlatego obecnie bierzemy udział w negocjacjach nad kształtem dyrektywy o prawie autorskim na jednolitym rynku cyfrowym.

Jeśli chodzi o kwestię związaną z dotowaniem tytułów przez samorządy czy wydawaniem tytułów przez samorządy, to widzę, że jest tutaj konsensus wśród posłów. Dlatego skromny przedstawiciel władzy wykonawczej zwraca się do władzy ustawodawczej o podjęcie inicjatywy. Skoro jest konsensus polityczny, to zachęcam do tego. Jednocześnie chciałbym się zapytać albo w zasadzie wyrazić swoją wątpliwość, jak to by się miało do finansowania prasy z budżetu państwa. Mam takie poczucie, że za każdym razem kiedy państwo, czyli politycy, finansują jakiekolwiek media, to kończy się to jakimś pośrednim lub bezpośrednim wpływem na prasę. Dlatego ja jestem przeciwny modelowi francuskiemu, który tutaj przytoczył pan poseł Mieszkowski, finansowania czy dofinansowywania tytułów prasowych z kasy państwa, bo skończy się na awanturze o to, kto ile i za co ma dostać.

Jeśli chodzi o kupowanie prasy, to tutaj pani poseł Bubula zwróciła uwagę, że ludzie mało wydają. Mało wydają, bo mają inną strukturę wydatków. Obecnie prawie 80% wydatków w gospodarstwie domowym jest na tzw. przeżycie, czyli to jest na minimum socjalne. Badania wyraźnie wskazują, że wraz ze wzrostem zamożności wzrasta liczba wydatków na dobra luksusowe. W tej chwili prasa papierowa, tygodniki potrafią kosztować po 10 zł, 15 zł, tygodniki specjalistyczne czy hobbystyczne potrafią kosztować 15 i 20 zł. Ludzie mają problem z zakupem takiej prasy, ponieważ mają inne lepsze wydatki. Mamy ten sam problem, jeśli chodzi o chodzenie do teatru, do kina, chociaż kino jest częściej odwiedzane, ale teatr, opera. Ludzie nie chodzą nie tylko dlatego, że jest niski poziom kultury, bo ja nie lubię określenia: wysoki, niski poziom, kultura nie ma poziomu wysokiego ani niskiego, po prostu ludzie nie mają pieniędzy na to, żeby…

Głos z sali:

Nie mają potrzeb.

Podsekretarz stanu w MKiDN Paweł Lewandowski:

Potrzeba się ujawnia wraz ze wzrostem świadomości, a świadomość się pojawia wtedy, kiedy możemy zaspokoić podstawowe potrzeby, które mamy, czyli podstawowe potrzeby socjalne, dopiero potem pojawiają się nowe. To jest podstawowe prawo ekonomiczne i socjologiczne.

Jeśli chodzi o kwestię VAT na wydawnictwa elektroniczne, to przypominam, że UE traktuje wydania prasy elektronicznej (książki elektroniczne, e-booki) nie jak książki, tylko jak usługi, i dlatego są objęte VAT 23%. Wiem, że zdaje się Niemcy i Francja podjęły inicjatywę, by objąć tym niższym VAT na książki czy takimi warunkami, jakie mają obecnie książki, wydawnictwa drukowane, ale zdaje się, że w tej chwili mają problem z Komisją Europejską w tej sprawie.

Jeśli chodzi o możliwość szybkiego usuwania treści pirackich, które są upowszechniane elektronicznie, to w tej chwili cały czas pracujemy nad ustawą o świadczeniu usług na rynku cyfrowym. To jest w kompetencji Ministra Cyfryzacji, więc nie będę się do tego odnosił. My swoje stanowisko przedstawiliśmy.

Czy jeszcze jakieś istotne kwestie? Najważniejsza kwestia, którą państwo poruszali, czyli dekoncentracja kapitału. Dekoncentracja kapitału to nie jest repolonizacja, chociaż akurat w naszym przypadku może już w niektórych obszarach doprowadzić do repolonizacji, ale tutaj mamy np. kwestię domów medialnych czy domów mediowych. W tej chwili mamy dwa, niektórzy się śmieją, że dwa i pół domu mediowego, które zdominowały cały rynek i w zasadzie spokojnie mogą wchodzić w układy, w kartele. To jest sytuacja rynkowa, która potencjalnie może do tego prowadzić.

Dekoncentracja kapitału to jest zwiększenie pluralizmu. Chodzi o to, żeby było jak najwięcej tytułów prasowych czy dostępu do informacji w telewizji, w radiu, w Internecie, żeby ludzie nie mieli poczucia, że wchodzą na stronę internetową X i widzą jedną opinię. Potem biorą gazetę i widzą tę samą opinię, potem włączają telewizję i widzą tę samą opinię. Nagle się okazuje, że wszędzie jest ta sama opinia, i myślą sobie: no tak, w 3 różnych źródłach sprawdzałam czy sprawdzałem informację i okazuje się, że wszędzie jest taka sama. Multiplikacja tytułów, multiplikacja dostępu do opinii jest bardzo istotna i Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego pracuje właśnie nad takim rozwiązaniem, żeby jak najbardziej multiplikować dostęp do informacji. Tutaj mówię

przede wszystkim o krzyżowaniu się, bo państwo przede wszystkim mówicie o koncentracji poziomej. Tutaj mam na myśli akurat jeden konkretny segment rynku – rynek lokalny czy rynek regionalny – w dość istotny sposób zdominowany przez jedną, dwie czy trzy grupy medialne. To, że one są niemieckie, to jest jakby dodatkowy element, ale nie chodzi tylko o to. Przede wszystkim chodzi o pluralizm i pluralizm zachowamy tylko wtedy, kiedy będzie cały szereg tytułów mediowych, więc temu przede wszystkim służy dekoncentracja. To chyba na razie tyle, dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Piotr Babinetz (PiS):

Dziękujemy bardzo. Teraz pewnie pan prezes, tak? Były pytania do pana prezesa, więc proszę bardzo.

Prezes IWP Wiesław Podkański:

Jeśli można, bo sporo pytań było do mnie. Może zacznę od ostatniej wypowiedzi pani posłanki Bubuli. Pani poseł, oburącz podpisuję się pod tym, co pani powiedziała odnośnie do gigantów amerykańskich. Pani zadała też konkretne pytanie. Według najnowszego raportu Związku Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska jeżeli rynek reklamy online utrzyma dynamikę wzrostu obserwowaną w I półroczu 2015 roku (niestety, to są dane trochę przestarzałe), to jego wartość w całym roku wyniesie 3 mld zł. Dla Google może to oznaczać 1 mld zł przychodu i tutaj mam dane z Krajowego Rejestru Sądowego – firma Google Polska za 2014 rok zapłaciła 4,3 mln zł podatku. Bez komentarza.

Teraz może dwie deklaracje. Pojawiła się tutaj prasa samorządowa. Proszę państwa, my jako IWP od zawsze jesteśmy za zakazem prasy samorządowej. Tutaj zdaje się, pan poseł Piontkowski wypowiadał się w tej kwestii. Jeżeli państwo szukacie czegoś apolitycznego, czegoś takiego, bo to jest trudny temat, to proszę bardzo, jesteśmy. Była taka wspólna konferencja w Senacie, którą organizowaliśmy, i to jest tam zapisane. Dlaczego sprawa wydaje się bardziej niż oczywista? Dlatego że prasa samorządowa nie służy demokracji lokalnej, tzn. za pieniądze w sumie publiczne jest tubą lokalnych polityków, najczęściej tubą propagandową w kontekście kolejnych wyborów. Co więcej, już od dawna są wyroki RIO, które wskazują na nieprawidłowości finansowania tego rodzaju prasy samorządowej.

Trzeci aspekt – reklamowy. Z tego głównie utrzymują się niezależne media lokalne. W takich lokalnych społecznościach reklama ze strony firm samorządowych jest kierowana do prasy samorządowej i to jest duży problem, w stosunku do którego nasze stanowisko jest absolutnie jednoznaczne, za co wielokrotnie byliśmy krytykowani przez organizacje samorządowe.

Druga sprawa jest taka – by to było zupełnie jednoznaczne i właściwie dlatego tak kiwałem głową podczas wypowiedzi pani poseł Sobeckiej – nikt nie zamierza ścigać indywidualnych użytkowników Internetu za piractwo czy za tzw. linki. To jest nieprawda rozpowszechniana przez Google. My mówimy bardzo prosto. Zdaje się, że pan minister nazwał spijaniem śmietanki (przepraszam, pani) przez kogoś poprzez zagregowanie treści, robienie biznesu czymś, do powstania czego nigdy się nie przyczynił – to my mówimy: dobrze, rób tak, ale podziel się z nami i twórcami, my jako wydawcy nie chcemy tego zawłaszczać, tylko podziel się z twórcami, z dziennikarzami i z nami, bo my tych dziennikarzy po prostu utrzymujemy na co dzień. To tak wygląda, a to jest właśnie przez różne takie dziwne przekazy bardzo źle prezentowane, niewłaściwie, więc oświadczam państwu (zdaje się, że jest to nagrywane), że nigdy nie było pomysłu, żeby ścigać indywidualnych użytkowników.

Dalsze sprawy. Praktyczne rozwiązanie – zdaje się, że o to też pytał pan poseł Piontkowski – dotyczące ochrony praw autorskich. Oczywiście, że istnieją. Ja nie jestem zwolennikiem takich rozwiązań jak w Chinach – wyłączyć Google i cześć, nie ma problemu. To jest bzdura, wszyscy z tego korzystamy, z tej przeglądarki. W Hiszpanii, w Niemczech zastosowano pewne modele. One są znane. Wprowadzono dość restrykcyjne prawa, w tym także prawa pokrewne dla wydawców, co spowodowało poprawę tej sytuacji.

Jeśli chodzi także o egzekwowanie tego, to mamy przykład Wielkiej Brytanii, Niemiec, gdzie jest jakby odrębne sądownictwo. Są wskazane sądy, które rozpatrują sprawy dotyczące praw autorskich, praw własności intelektualnej. Dlaczego to jest ważne?

Jeżeli to trafia do sądów powszechnych, to jest to bardzo skomplikowana materia. Pan dyrektor mógłby wiele powiedzieć na ten temat. Sędziowie boją się rozpatrywania tych spraw, często brakuje wiedzy najzwyczajniej w świecie. Stąd jest masa umorzeń także już na poziomie prokuratury. W Wielkiej Brytanii jest też wyodrębniona policja, część policji, która tym się zajmuje. Jeżeli ktoś zaczyna się bawić wpuszczaniem tych rzeczy do Internetu, to rano o 6.00 jest puk, puk do drzwi.

Jeszcze raz – nie jest celem zwalczanie indywidualnego użytkownika, to, o czym mówiła pani poseł Sobecka, że ktoś ściągnął sobie książkę, bo nie ma tego w bibliotece. To niech sobie ściąga. Problem pojawia się wtedy, kiedy on wpuszcza to z powrotem do Internetu i na swojej stronie czy na czymkolwiek zaczyna robić sobie tzw. traffic, czyli ruch, bo w Internecie walutą jest ruch. Wydaje mi się, że to jest bardzo ważne i tutaj jest to niezbędne.

Podobnie z VAT, jeśli chodzi o ten obniżony VAT. Pan minister był łaskaw o tym wspomnieć, chodzi o Francję i Luksemburg. Rzeczywiście tymi dwoma krajami zainteresowała się Komisja Europejska, że się wyłamały, ale w tej chwili to postępowanie zostało zawieszone, ponieważ w Unii trwają prace na temat jednak obniżenia tego, zmiany tego generalnie rzecz biorąc. Zresztą pamiętam swoje rozmowy z ministrem kultury Francji, kiedy pytałem go wprost, czy się nie boją, że coś takiego robią. On mówi: nie, dlatego że zmiana tych VAT-owskich zasad Unii jest nieunikniona i zanim nas zdążą skazać, to będzie zmiana prawa. Tak powiedział dosłownie, tak że to tak wygląda.

Kolejna rzecz. Wracamy do gazet lokalnych, chociaż pewnie pan Arkadiusz Gruchot więcej mógłby powiedzieć na ten temat. Staramy się wyjść naprzeciw problemom, o których mówił pan poseł, jeśli chodzi o pozyskiwanie reklam. W tej chwili została już podpisana umowa między Polskimi Badaniami Czytelnictwa a Stowarzyszeniem Gazet Lokalnych, w wyniku której część prasy lokalnej zostanie objęta badaniami PBC. Wyniki uzyskają stemple PBC, co jest ważne dla reklamodawców.

Proszę państwa, gazety lokalne utworzyły organizację – to jest coś na kształt sieci, gdzie oferta składana jest reklamodawcom przez większą liczbę gazet lokalnych i wtedy łatwo można pokazać na mapie: proszę bardzo, tu jest taka, taka i taka gazeta. W tej chwili tych gazet jest ponad 100, 150. Idziemy do dużego reklamodawcy i mówimy mu: proszę bardzo, my załatwiamy to wewnątrz siebie, jest 150 gazet lokalnych, które pokrywają całą Polskę i prosimy o potraktowanie poważne naszej oferty reklamowej. Takie rzeczy dzieją się na rynku i to jest znaczące.

Zdaje się, że pan poseł poruszył też kwestię personifikacji reklamy, czyli to, co robi Google i Facebook. Proszę państwa, to jest właśnie tak, że każdy z nas, kto korzysta z tych mediów, jest po prostu wykorzystywany w sposób instrumentalny do pozyskiwania reklam, dlatego że jesteśmy personifikowani nie tylko poprzez Internet, ale także jak korzystamy z telefonów itd. Co jest istotne? UE przygotowała nową dyrektywę o ochronie danych osobowych. Do maja 2018 roku ma powstać polska ustawa na ten temat. Parlament już organizował spotkania w tej sprawie. Firmom europejskim będzie więc trudniej, ale Google i Facebook się z tego śmieją, dlatego że aby stać się użytkownikiem, musicie państwo kliknąć, że akceptujecie regulamin. Tego regulaminu nikt nie czyta, a w tym regulaminie stoi wyraźnie, że się państwo zgadzacie, ja też, na udostępnienie swoich danych do dowolnego wykorzystania marketingowego. Jeżeli się tego nie kliknie, to nas tam nie ma i nie możemy korzystać z tego medium. A to jest prawo amerykańskie. Teraz mamy taką komiczną sytuację, że Unia zaostrza ochronę danych osobowych, co jest utrudnieniem dla firm europejskich, ale nie dotyczy zupełnie tych gigantów.

Po tym, co powiedział pan przewodniczący Mieszkowski, powstała dyskusja: dotowanie prasy przez państwo. Tak, coś takiego istniało, istnieje w pewnym sensie w Skandynawii itd. Swego czasu przygotowaliśmy dla ministerstwa kultury sprawozdanie, jak to wygląda w Europie. Proszę państwa, jest to dotowanie, ale to nie jest dotowanie takie, że się daje wydawcom pieniądze do ręki. Najczęściej jest to dotowanie kosztów kolportażu i prenumeraty. Prenumerata w Polsce właściwie nie istnieje. Dane, które przytoczyła pani posłanka, w Skandynawii są jeszcze wyższe sięgające 90%, to jest głównie prenumerata. W Polsce tej prenumeraty nie ma i obawiam się, że nie będzie. Nie ma tego nawyku, nie ma tego zwyczaju. Kiedyś, kiedy próbowaliśmy walczyć o to, żeby

prenumerata zaistniała, to okazało się, że skrzynki pocztowe, które były montowane szczególnie w blokach wielopiętrowych, są za małe. Na przykład nie da się tam wcisnąć pisma kolorowego, a jeżeli się da wcisnąć, to ono wygląda tak, że potem już się nie nadaje do czytania. To jeden z problemów.

W latach minionych jako Izba prowadziliśmy wielokrotnie rozmowy z Pocztą Polską, żeby listonoszy nakłonić. Powiedziano nam, że torba za ciężka i listonosz powinien za to dostać pieniądze. Powiedzieliśmy: dobra, to my rozpatrzymy, żeby listonosz dostał pieniądze. Wtedy oburzyły się związki zawodowe na poczcie: dlaczego ma dostać listonosz, a pani w okienku nie? I znowu wszystko padło. To jest bardzo trudna sprawa.

Co jeszcze sobie zanotowałem? Jeżeli coś pominąłem, to chętnie ustosunkuję się. Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Piotr Babinetz (PiS):

Dziękuję bardzo panu prezesowi. Jak rozumiem, teraz pan prezes Arkadiusz Gruchot – proszę bardzo.

Prezes Wydawnictwa Nowiny Arkadiusz Gruchot:

Arkadiusz Gruchot – Wydawnictwo Nowiny, czyli wydawnictwo lokalne. Pozwolę sobie odnieść się do tych wątków, które dotyczą gazet lokalnych.

Na początek może krótkie uporządkowanie terminologii. Bardzo często używana jest taka koniunkcja: prasa lokalna i regionalna. Proszę państwa, to są dwa zupełnie inne segmenty prasy. Po pierwsze – jeśli chodzi o prasę regionalną, to mówimy w Polsce o trzydziestu kilku tytułach: dwudziestu kilku dziennikach regionalnych i kilku tygodnikach regionalnych. Natomiast jeśli mówimy o prasie lokalnej, to ja już abstrahuję od tych ogromnych danych typu 7000 całej prasy lokalnej, parafialnej, samorządowej i tzw. niezależnej, ale samych tytułów wydawanych przez polskich przedsiębiorców (z reguły małych) jest kilkaset. 150 tytułów zrzeszonych w porozumieniu, o którym wspomniał pan prezes Podkański, daje łącznie 1 mln 300 tys. jednorazowego nakładu, czyli to jest znacznie więcej niż jednorazowy nakład prasy regionalnej. Oczywiście nie chodzi nam o to, żeby się licytować, ale jeśli potem mówimy o problemach, które stoją przed prasą, to ma to bardzo duże znaczenie, ponieważ zupełnie inne problemy ma prasa regionalna, zupełnie inne problemy ma prasa lokalna.

Tutaj płynnie chciałbym przejść do tego, z czego zresztą bardzo się cieszymy jako wydawcy lokalni, czyli do konkurencji – nie waham się tego tak nazwać – nieuczciwej konkurencji ze strony prasy samorządowej. Troszeczkę się uśmiechnąłem, kiedy pan minister powiedział, że jest konsensus w tej sprawie i że teraz coś się poprawi. Ja od 15 lat uczestniczę w tych debatach. W Sejmie i w Senacie też byłem pewnie kilkanaście razy i za każdym razem słyszeliśmy, że jest konsensus, tak mniej więcej. Proszę państwa, nic, ale to literalnie nic nie wydarzyło się w tej sprawie.

Na czym polega ta nieuczciwa konkurencja? Właściwie ona się dzieje na 3 poziomach – tak w dużym uproszczeniu. Pierwszy – nieuczciwa konkurencja ekonomiczna. Bardzo prosto sobie wyobrazić, że jeśli wójt, burmistrz bądź prezydent miasta wydaje gazetę, to on nie musi się liczyć z jakimkolwiek rachunkiem ekonomicznym. To są pieniądze z budżetu. On zatrudnia, jeśli potrzebuje, 7 osób. Nie wydaje swoich pieniędzy, mówiąc krótko. My jako wydawcy lokalni musimy liczyć każdy grosz, bo my go od burmistrza nie dostajemy, proszę państwa, tylko musimy go zarobić na wolnym rynku, czyli sprzedając reklamy bądź sprzedając egzemplarze tej gazety. Jeśli pan burmistrz czy pan wójt, a jest to nagminna sytuacja, wydaje gazetę lokalną, tzn. samorządową bezpłatną – oczywiście ta gazeta zazwyczaj jest tubą propagandową, bo nie jest tak, że burmistrz to wydaje z jakichś bardzo misyjnych powodów, ale jednak dostarcza też jakichś informacji, często jest kolorowa, jest bardzo atrakcyjna – a my chcemy za naszą gazetę pieniądze, to my już na starcie jesteśmy w znacznie gorszej pozycji.

Po drugie – jeśli te gazety, a dzieje się tak bardzo często, konkurują z nami również na rynkach reklamowych, to w sytuacji kiedy znowu ta gazeta nie rządzi się regułami ekonomicznymi, to sprzedaje reklamy za bezcen i drenuje ten rynek, czyli jakby zabiera nam jeden z istotnych elementów pokarmu. Uważamy, że jest to nieuczciwe nie tylko

na gruncie wolnej konkurencji czy prawa gospodarczego, natomiast przy takiej konkurencji jest nam bardzo trudno działać.

Drugie pole to jest dostęp do informacji, proszę państwa. Tutaj pan poseł Mieszkowski wspomniał o wolności słowa itd. To jest też aspekt, który dotyczy wolności słowa, bo jeśli burmistrz wydaje swoją gazetę, to bardzo często pierwszeństwo w dostępie do informacji ma jego gazeta albo w jakiś sposób (ten czy inny) niezależni dziennikarze są szykanowani w dostępie do tych informacji, więc to jest kolejne takie pole.

Pani posłanka Bubula wspomniała o tym, że powinniśmy produkować jakościowe treści. Tak, tylko jeśli burmistrz zatrudnia 15 dziennikarzy, czasami wielokrotnie więcej niż pracuje w gazecie lokalnej – oczywiście można to nadrabiać profesjonalizmem i naszym wysiłkiem, dłuższą pracą niż urzędnicy – to siłą rzeczy oni mają większe możliwości, żeby pełniej redagować te lokalne treści.

Jeśli ta sytuacja się nie zmieni, to właściwie dla nas problemy koncentracji, problemy udziału kapitału i inne rozumiane w skali makro są zupełnie drugorzędne w stosunku do tych codziennych, które właściwie gotuje nam chyba nieprecyzyjne ustawodawstwo i jednak brak tej konsekwencji. Tak jak powiedziałem, od 15 lat słyszę o tym, że ma być lepiej i ma się coś zmienić. Ta konkurencja jest ponad wszelką miarę nieuczciwa. Myślę, że to już wszystko, co chciałem powiedzieć. Bardzo państwu dziękuję za zaproszenie, ponieważ z samej definicji, że jesteśmy pismami lokalnymi, dostęp do miejsca, gdzie tworzy się prawo, też mamy utrudniony, ja np. mam 400 km.

Przewodniczący poseł Piotr Babinetz (PiS):

Dziękujemy bardzo panu prezesowi. Czy jeszcze ktoś z zaproszonych gości? Proszę bardzo.

Prezes IWP Wiesław Podkański:

Ja jeszcze tylko tytułem wyjaśnienie. Dane, które podałem, w odniesieniu do Google, zacytowałem za portalem: Money.pl. Dziękuję.

Przewodniczący poseł Piotr Babinetz (PiS):

Dziękuję. Proszę bardzo.

Przedstawiciel Obserwatorium Wolności Mediów w Polsce Helsińskiej Fundacji Praw Człowieka Konrad Siemaszko:

Konrad Siemaszko – Helsińska Fundacja Praw Człowieka. Bardzo krótko chciałem się odnieść do problemu tzw. prasy samorządowej. Bardzo się cieszę, że został tutaj podniesiony i zwrócono uwagę na wagę tego problemu. Fundacja Helsińska też dostrzega ten problem. W naszej praktyce często zwracają się do nas przedstawiciele prasy lokalnej i też od wielu lat apelowaliśmy o podjęcie pewnych kroków mających na celu rozwiązanie tego problemu, który stanowi poważne zagrożenie dla wolności słowa.

Pan poseł Piontkowski pyta o faktyczne rozwiązania, które mogłyby zmienić tę kwestię. W naszym niedawnych apelach do ministra kultury i ministra spraw wewnętrznych wskazywaliśmy na konkretne przepisy, które bywają wykorzystywane przez jednostki samorządu terytorialnego jako podstawa wydawania prasy samorządowej. W naszej opinii, nie tylko naszej, także i niektórych RIO, jest to błędna interpretacja tych przepisów, ale faktem jest, że te przepisy są wykorzystywane w ten sposób jako uzasadnienie takiego rodzaju działalności wydawniczej. Być może takim praktycznym rozwiązaniem byłaby zmiana ustawodawstwa w tym obszarze – konkretnie w ustawie o gospodarce komunalnej i w ustawach samorządowych. Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Piotr Babinetz (PiS):

Dziękuję bardzo. Myślę, że zmierzamy do końca. Czy jeszcze pan minister? Nie, to dziękuję bardzo. Zamykam dyskusję.

Myślę, że było tutaj szereg cennych wypowiedzi, w dyskusji pojawiło się wiele spraw dotyczących bardzo ważnej kwestii, jak inicjatywy wsparcia prasy lokalnej, co bardzo wyraźnie przebiło się szczególnie pod koniec dyskusji, kwestia dekoncentracji kapitału, w ogóle szereg spraw dotyczących funkcjonowania prasy w Polsce. Myślę, że jest to ciekawy materiał do rozważań i ewentualnego przełożenia na jakieś konkretne rozwiązania przez MKiDN, przy zaangażowaniu i wsparciu naszej sejmowej Komisji Kultury i Środków Przekazu. Myślę też, że chyba pojawia się tutaj taka potrzeba (tak przynaj-

mniej wynika z przebiegu dzisiejszej dyskusji), by kiedyś Komisja Kultury i Środków Przekazu zajęła się sprawą Internetu, portali społecznościowych i rynku reklam w tym obszarze, bo to jest też ciekawy i specyficzny wątek, który ma również wpływ na cały rynek medialny i niekoniecznie dobrze wpływa chociażby na kondycję prasy w Polsce, jak wiemy. Dziękuję bardzo wszystkim państwu, dziękuję państwu posłom za aktywność, za szereg cennych wypowiedzi. Dziękuję panu ministrowi Pawłowi Lewandowskiemu wraz z panem dyrektorem, panu prezesowi IWP i wszystkim państwu, którzy dzisiaj przyjechali, wszystkim gościom, także panu prezesowi wydawnictwa lokalnego, który również podniósł tutaj ważne rzeczy. Dziękuję bardzo wszystkim i do zobaczenia. Wyczerpaliśmy porządek, zamykam posiedzenie Komisji.